

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Weni Farhani
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Public Relations)
Judul : Manajemen Public Relations Riau Televisi (Rtv) Dalam Menciptakan Brand Image

Seiring berkembangnya televisi lokal, pemirsa TV akan lebih selektif dalam memilih tayangan TV yang sesuai dengan selera. Untuk menarik pemirsa, tayangan TV lokal sendiri memerlukan manajemen tersendiri. Salah satunya adalah Rtv, yaitu salah satu televisi lokal yang sudah mengusung beberapa program yang menunjukkan Riau sebagai Negeri Melayu dari program yang menyajikan wisata kuliner khas Melayu, kesenian dan Budaya Melayu, hingga program tentang kehidupan masyarakat Melayu itu sendiri. Penelitian ini membahas tentang manajemen public relations (PR) Rtv dalam menciptakan *brand image*. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana manajemen *public relations* Riau televisi (Rtv) dalam menciptakan *brand image*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui manajemen public relations Riau televisi (Rtv) dalam menciptakan *brand image*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui klasifikasi data, reduksi data, deskripsi data, dan penarikan kesimpulan. Penyajian data dalam bentuk naratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, aktivitas manajemen *public relations* (PR) Rtv dalam menciptakan *brand image* dilaksanakan melalui beberapa tahap yaitu *Penemuan Fakta*, yang diawali dengan survei ke berbagai tempat baik di dalam maupun di luar Kota guna melihat bagaimana respon masyarakat mengenai Rtv. *Perencanaan*, yakni dengan mengadakan diskusi kepada seluruh lapisan karyawan, merencanakan suatu kegiatan (*event*), kemudian mengadakan sosialisasi. *Komunikasi*, dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Evaluasi, dilakukan untuk mengetahui kendala pada kegiatan manajemen *public relations* (PR) dalam menciptakan *brand image*. Setelah diketahui adanya kendala, selanjutnya *public relations* (PR) Rtv melakukan diskusi kepada seluruh lapisan karyawan yang tergabung dalam Rtv, hal ini bertujuan untuk mendiskusikan saran serta solusi dari seluruh karyawan guna menghadapi kendala yang terjadi.

Kata kunci : Manajemen, Public Relations, Brand Image, Riau Televisi